MARKT

Das Oldenburger Unternehmen CEWE ist der führende Anbieter für Fotoprodukte und Fotofinishing in Europa. Mit seinen Markenprodukten wie dem CEWE FOTOBUCH bietet es ein breites und qualitativ hochwertiges Sortiment. CEWE ist in 25 europäischen Ländern vertreten und beschäftigt insgesamt 3.600 Mitarbeiter. Zwölf hochmoderne Produktionsstandorte in Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Polen, Tschechien und Ungarn liefern die Produkte an Endkunden sowie rund 20.000 Handelspartner. 2017 produzierte CEWE unter anderem rund 2,2 Milliarden Fotos, sechs Millionen CEWE FOTOBUCH Exemplare sowie hunderttausende Kalender, Wandbilder, Karten und Fotogeschenke und erzielte damit einen Konzernumsatz von 599,4 Millionen Euro.

ERRUNGENSCHAFTEN UND ERFOLGE

Die neuen Impulse rund um die Freude am Foto, die CEWE durch kontinuierliche Innovationen in der Fotobranche setzt, werden regelmäßig ausgezeichnet. So bekam das Unternehmen 2018 den renommierten „TIPA World Award" für die Veredelungsmöglichkeiten beim CEWE FOTOBUCH, die CEWE als einziges Unternehmen am Markt anbietet. Ebenfalls 2018 erhielt CEWE den „EISA Award" für die Innovation des CEWE FOTOBUCH Pure. Dieses Produkt ist nicht nur in wenigen Minuten am Smartphone erstellt, sondern wird auch innerhalb eines Tages bei CEWE produziert.

GESCHICHTE

Wir leben im Zeitalter der Bilder. Nie zuvor hat das Visuelle eine so starke Rolle gespielt wie gegenwärtig. Fotografieren heißt, persönlichen Erlebnissen Dauer zu verleihen, der Hektik und Flüchtigkeit des Lebens etwas entgegenzusetzen, das bleibt. Für die Pioniere der Fotografie wie *Louis Daguerre* war das vor rund 175 Jahren noch ein hartes Stück Arbeit, heute kann dank des rasanten technologischen Fortschritts jeder bequem und schnell Fotos machen.

CEWE ist eine Marke, die diese dynamische Entwicklung erfolgreich verkörpert. Schon *Carl Wöltje* und seine Frau *Helene*, die 1912 in Oldenburg ein Fotostudio eröffneten, erkannten in den 1930er-Jahren den Trend zur Kleinbildkamera und den damit verbundenen Durchbruch zur Massenfotografie. *Wöltjes* Schwiegersohn *Heinz Neumüller* setzte sich sofort an die Spitze der Film- und Fotoentwicklung und tat dies so konsequent, dass er 1961 eine eigene Firma mit Namen CEWE Colorbetriebe gründete. Der Name CEWE leitet sich aus den Initialen von *Carl Wöltje* „CW" ab. Von Anfang an setzte er dabei auf Innovation und Technologieführerschaft, eine Qualität, die CEWE bis heute innewohnt. Sein Nachfolger *Hubert Rothärmel* brachte das Unternehmen nach einer umfangreichen Neustrukturierung 1993 an die Börse. Während seiner Ägide vollzog sich auch der Aufstieg der Digitalfotografie, die den analogen Markt immer mehr verdrängte. CEWE reagierte darauf in bewährter Manier: Man investierte in modernste Bildbearbeitungstechnik, um in der digitalen Revolution eine tragende Rolle zu spielen. 2004 übernahm *Dr. Rolf Hollander* die Verantwortung und traf ein Jahr später mit der Einführung der Marke CEWE FOTOBUCH eine zukunftsweisende Entscheidung. Damit trat das Unternehmen aus der Anonymität eines White-Label-Anbieters heraus und wurde zum Hersteller und Vermarkter eines Markenartikels. Immer mehr gewann auch die Dachmarke CEWE an Gewicht und Bekanntheit, 2018 unterstützt durch ein neues, emotional gehaltenes Markenlogo. Dass allein 2017 über sechs Millionen CEWE FOTOBUCH Exemplare verkauft wurden, hätten sich die kühnsten Optimisten in Oldenburg nicht träumen lassen. Das CEWE FOTOBUCH ist heute aus unserem Leben kaum mehr wegzudenken und konstituiert das kulturelle Gedächtnis einer ganzen Gesellschaft.

PRODUKTE

CEWE wäre nicht CEWE, hätte man sich alleine auf das CEWE FOTOBUCH verlassen. Die eigene Bestellsoftware wird im Laufe der Jahre zu einer intuitiv zu bedienenden, benutzerfreundlichen Anwendung, von der die Realisierung sämtlicher CEWE Fotoprodukte profitiert. Überhaupt bekommt die Software eine übergeordnete Bedeutung – sowohl für den Bestellprozess im Internet als auch für die Gestaltungsmöglichkeiten der Produkte. Unter dem Vorstandsvorsitzenden *Dr. Christian Friege* (seit 2017) weitet CEWE die mobilen Anwendungen stark aus. Themen wie Sprachsteuerung, Gesichtserkennung oder Künstliche Intelligenz gewinnen als Hilfsmittel für intelligente Fotoorganisation und die Gestaltung von Fotoprodukten an Bedeutung. Auch auf der Produktseite passiert viel: Aktuelle Produktinnovationen sind etwa das per Smartphone erstellbare CEWE FOTOBUCH Pure oder hexxas, die sechseckigen Fotokacheln aus dem Bereich CEWE WANDBILDER. Die Ideen dazu kommen oft mitten aus der Mitarbeiterschaft. „Innovation aus Tradition" ist bei CEWE nicht nur Lippenbekenntnis, sondern gelebte Maxime unternehmerischen Handelns.

AKTUELLE ENTWICKLUNG

Seit Jahren konzentriert sich CEWE darauf, die Erstellung der Fotoprodukte für die Nutzer noch einfacher und komfortabler zu machen. Über 100 Softwareentwickler arbeiten am Stammsitz in Oldenburg an der Neu- und Weiterentwicklung der Gestaltungs- und Bestellsoftware sowie entsprechenden Smartphone-Apps. Dabei arbeitet das Unternehmen beispielsweise beim Thema Künstliche Intelligenz eng mit der Universität Oldenburg, aber auch Unternehmen wie IBM Watson zusammen. Mit CEWE MYPHOTOS steht den Kunden eine leistungsstarke Fotoverwaltungssoftware zur Verfügung, die über optionale Technologien wie Gesichtserkennung, Objekterkennung, die Clusterung nach relevanten Ereignissen sowie eine komplexe Suchfunktion für Fotos verfügt. In der Software für die Erstellung eines CEWE FOTOBUCHs wird ein leistungsfähiger Assistent angeboten, der beispielsweise aus hunderten von Urlaubsfotos die besten herausfiltern kann. Dabei hat der Kunde immer die Wahl, ob er die Assistenten nutzen oder sein Fotoprodukt komplett selbst erstellen möchte. Alle Vorschläge der Assistenten können auf Wunsch jederzeit verändert oder verworfen werden.

Die kundenzentrierte Haltung und den verantwortungsvollen Umgang mit den persönlichen Fotos und Daten der Kunden sowie Technologien wie Künstlicher Intelligenz hat CEWE in einer Kunden-Charta „Digitalisierung mit Verantwortung" festgehalten. Ein externer Beirat prüft darüber hinaus neue Technologien anhand der in der Charta formulierten Kriterien.

WERBUNG

Rund um die Produkte finden Vermarktungsaktivitäten im Sinne einer konsistenten Kommunikation über alle Kanäle statt. Das Unternehmen ist mit TV-Spots das ganze Jahr über im Fernsehen präsent. Online-Marketing-Aktivitäten und Aktionen in den Social-Media-Kanälen unterstützen gezielt. Parallel dazu finden Print-Anzeigen-Kampagnen und flankierende Pressearbeit statt.

MARKENWERT

Im Zentrum einer konsequenten Markenführung stehen bei CEWE höchste Qualitätsansprüche, der Kundendialog und die Kundenzufriedenheit. Diese Aspekte sind Garanten für eine langfristige positive Entwicklung der Marke. Der Marktführer arbeitet stetig daran, die Unternehmenswerte und Markenversprechen auf alle Produkte zu übertragen. Der Fotofinisher wächst kontinuierlich und nachhaltig weiter und baut damit seine führende Marktposition aus.

WUSSTEN SIE SCHON VON CEWE?

- Alle Markenprodukte von CEWE werden komplett CO_2-neutral hergestellt.
- CEWE hat 1994 den Photo Index – das erste digitale Massenprodukt überhaupt – erfunden.
- Dank CEWE war es bereits 2004 möglich, Fotos mit dem Handy zu bestellen.
- Bis 2018 wurden bereits über 55 Millionen CEWE FOTOBUCH Exemplare hergestellt.
- Mit CEWE-PRINT.de, SAXOPRINT, Laserline und viaprinto ist CEWE auch im Bereich kommerzieller Online-Druck auf Wachstumskurs.

···> www.cewe.de